

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis *Personal Selling* di Dago Highland Resort Bandung dengan melakukan observasi, wawancara, dan pengisian angket oleh konsumen. Adapun variabel yang diteliti adalah fungsi dari *Personal Selling* yang terdiri dari prospecting (x1), communicating (x2), selling (x3), servicing (x4), dan information gathering (x5) sebagai variabel bebas/independent dan *Personal Selling* sebagai variabel terikat/dependen (y).

3.2 Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian statistik deskriptif berdasarkan data kuantitatif. Penelitian statistik deskriptif adalah metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna (www.wikipedia.org), sedangkan menurut Sugiono (2006:164), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhady yang dikutip Sugiyono (2008 : 42) Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.

Sugiyono (2010: 61) mengemukakan bahwa menurut hubungan antara satu variabel dengan yang lain maka variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai

variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel Dependen: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan variabel independen yang terdiri dari prospecting, communicating, selling, servicing, dan information gathering, sedangkan *Personal Selling* sebagai variabel dependen.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Personal Selling</i> (y)	Skill/Kemampuan	Pengetahuan produk, kemampuan komunikasi, sikap	Ordinal	1, 8 9, 10 14
<i>Prospecting</i> (x1)	Segmen pasar, pendekatan	Penerapan <i>Reward</i>	Ordinal	4
<i>Communicating</i> (x2)	Produk, media	Mengkomunikasikan produk kepada konsumen dengan berbagai media promosi	Ordinal	3
<i>Selling</i> (x3)	pendekatan, presentasi, demonstrasi, mengatasi penolakan, menjual produk	Kemampuan marketer dalam membina relasi dengan konsumen agar mencapai penggunaan produk berkelanjutan	Ordinal	2, 4 6, 7 11, 13 14
<i>Servicing</i> (x4)	Sarana dan prasarana	Kualitas produk	Ordinal	12, 5
<i>Information Gathering</i> (x5)	Perbandingan harga dengan kompetitor	Harga produk yang lebih murah dibandingkan kompetitor	Ordinal	7

Sumber : Hasil pengolahan data

3.5 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data merupakan sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh, baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder), yaitu :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kasual. Data yang diperoleh merupakan data yang diterima langsung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian.

3.6 Populasi dan Sampel

Setiap kegiatan penelitian memerlukan sumber data, sumber data yang diperoleh dari lapangan untuk kemudian dianalisis dan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti atau untuk menguji hipotesis. Pengertian populasi dikemukakan oleh Sugiyono (2008:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya, sehingga populasi tidak hanya orang tetapi juga benda-benda alam lain serta keseluruhan jumlah objek dan karakteristik objek itu. Populasi yang dimaksud disini adalah konsumen Dago Highland Resort Bandung.

Sedangkan sampel penelitian adalah himpunan atau suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dapat menggambarkan populasinya. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen Dago Highland Resort Bandung.

3.7 Teknik Sampling

Menurut Goode (1952 : 22), terdapat dua syarat yang harus dipenuhi dalam prosedur pengambilan sampel, yaitu :

- Sampel harus mewakili (representatif).
- Besarnya sampel harus memadai.

Dalam pengambilan sampel, terdapat dua teknik sampling, teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua (Sugiyono 2008 : 245), yaitu :

a. *Probability sampling* (pengambilan sampel berdasarkan peluang)

Probability sampling adalah metode pemilihan sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kaidah-kaidah probabilitas dan memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah).

b. *Non Probability Sampling*

Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, teknik sampel ini meliputi; sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Non Probability sampling* dengan cara pengambilan sampling Jenuh atau biasa disebut Sensus, menurut Sugiyono (2006 : 95) “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.”, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

3.8 Skala Likert Summated Ratings

Merupakan teknik self report bagi pengukuran sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Skala likert adalah salah satu teknik pengukuran sikap yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran. Dalam pembuatan skala likert, periset membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.

3.9 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dalam dua cara, yakni :

3.9.1 Teknik pengumpulan data secara primer :

1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Bentuk angket yang digunakan berupa angket tertutup dimana responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia yang dianggap sesuai dengan pertanyaan dan pernyataan. Responden tidak perlu memberikan penjelasan atas pertanyaan atau pernyataan tersebut. Dalam membuat angket perlu memperhatikan prinsip-prinsip angket, sebagaimana yang dikemukakan Sugiyono (2007:200) bahwa:

Prinsip-prinsip penulisan angket, isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan, tipe dan bentuk pertanyaan, pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan yang sudah lupa, pertanyaan tidak menggiring, panjang pertanyaan, urutan pertanyaan, prinsip pengukuran, penampilan fisik angket.

Maka peneliti mengambil langkah-langkah dalam pembuatan angket sebagai berikut:

- a. Isi dan tujuan pernyataan berbentuk pengukuran, maka setiap pernyataan disusun dalam skala pengukuran dan jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.
- b. Tipe dan bentuk pernyataan yang penulis buat adalah pernyataan tertutup. Bentuk pernyataan ini membantu responden untuk menjawab dengan cepat, serta memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. Pertanyaan dan pernyataan dibuat dalam kalimat positif dan negatif agar responden memberikan jawaban lebih serius.
- c. Urutan pernyataan dibuat acak dengan alasan menghindari responden yang patah semangat ketika diberi pertanyaan yang sulit atau yang spesifik.
- d. Prinsip pengukuran, dimana angket yang diberikan peneliti kepada responden mempunyai tujuan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Angket tersebut akan diuji validitas dan reliabilitasnya agar mendapatkan data yang valid dan reliabel.
Angket yang disebarkan menggunakan model perskalaan menggunakan skala Likert, dimana setiap pilihan terdiri dari lima kategori yang bernilai skala sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Analisis Deskripsi

Penafsiran	Skor
Tidak Setuju	1.00 - 1.79
Kurang Setuju	1.80 - 2.59
Cukup	2.60 - 3.39
Setuju	3.40 - 4.19
Sangat Setuju	4.20 - 5.00

Sumber : skor kategori Likert skala 5

Uji coba angket dilakukan pada saat angket sudah tersedia dan pengujiannya dilakukan sebelum angket yang sebenarnya disebarkan kepada responden. Data angket yang terkumpul, kemudian secara statistik dihitung validitas dan reliabilitasnya. Angket yang diujicobakan dalam penelitian ini

terdiri dari angket untuk mengukur variabel *Personal Selling* dan angket untuk mengukur variabel fungsi dari *Personal Selling*. Penyebaran jumlah item angket pada masing-masing variabel tampak pada tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.3
Item Uji Coba

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
1	Penjelasan dari marketing hotel ini mengenai produk atau jasa yang ditawarkan kepada anda sangat jelas	1	2	3	4	5
2	Penawaran produk hotel ini sangat lengkap	1	2	3	4	5
3	Media promosi (leaflet, web, baligo, spanduk) yang ditawarkan kepada anda atraktif	1	2	3	4	5
4	Program hadiah dari hotel ini kepada anda (diskon, compliment, kado ulang tahun) banyak	1	2	3	4	5
5	Sarana dan prasarana di hotel ini lengkap	1	2	3	4	5
6	Fasilitas di hotel ini menarik secara visual	1	2	3	4	5
7	Harga yang ditawarkan hotel ini bersaing	1	2	3	4	5
8	Marketing hotel atraktif dan komunikatif saat mengenalkan produk	1	2	3	4	5
9	Kualitas Interaksi anda dengan marketing hotel bagus sekali	1	2	3	4	5
10	Marketing hotel bersahabat	1	2	3	4	5
11	Anda meyakini bahwa marketing hotel menawarkan produk yang sangat bagus	1	2	3	4	5
12	Produk hotel ini selangkah lebih maju daripada produk hotel lain	1	2	3	4	5
13	Hotel menawarkan salah satu jaminan terbaik	1	2	3	4	5
14	Marketing hotel memahami perspektif anda dan memperlakukan anda secara personal sehingga anda senang berhubungan dengan mereka	1	2	3	4	5

Tabel 3.4
Jumlah Item Pernyataan Angket Uji Coba

No.	Variabel	Jumlah Item Pernyataan Angket
1	<i>Personal Selling</i>	5
2	Fungsi <i>Personal Selling</i>	9
Jumlah		14

Sumber : Hasil pengolahan data

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat bahwa jumlah item yang akan diuji cobakan sebanyak 14 item.

2. Observasi

Observasi adalah cara mengumpulkan data berlandaskan pada pengamatan langsung terhadap gejala fisik objek penelitian,

3.9.2 Teknik pengumpulan data secara sekunder :

Teknik pengumpulan data secara sekunder adalah teknik pengumpulan data dengan dokumentasi yaitu pengambilan data melalui dokumen-dokumen atau catatan terkait dengan permasalahan yang diteliti. Selain itu mengumpulkan keterangan-keterangan dari berbagai literatur sebagai bahan perbandingan yang berkaitan dengan permasalahan yang peneliti bahas dalam penyusunan skripsi ini (Sugiyono, 2004 : 129). Selain itu juga dalam teknik pengumpulan data sekunder, penulis mengumpulkan data menggunakan studi kepustakaan. Adapun yang dimaksud dengan studi kepustakaan menurut Sukardi (2003 : 38) adalah “Studi kepustakaan dapat berbentuk kajian teoritis yang pembahasannya difokuskan pada informasi sekitar permasalahan penelitian yang hendak dipecahkan melalui penelitian”. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa studi kepustakaan merupakan pengumpulan data-data atau teori-teori yang didapat dari referensi buku-buku yang dijadikan sumber untuk mengkaji penelitian yang dilakukan oleh penulis.

3.10 Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen sebagai alat pengumpulan data sangatlah perlu diuji kelayakannya, karena akan menjamin bahwa data yang dikumpulkan tidak bias. Peneliti melakukan pengujian instrumen ini melalui pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Instrumen pengumpulan data yang layak adalah yang telah memenuhi syarat valid dan reliabel. Adapun uji kelayakan instrumen yang digunakan penulis adalah yaitu melalui uji validitas dan uji reliabilitas seperti yang akan dijelaskan dibawah ini.

3.10.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pertanyaan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian. Tingkat validitas angket diukur berdasarkan koefisien validitas yang menggunakan koefisien korelasi item-total yang terkoreksi. Valid tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya pada taraf signifikan 5%, item-item yang tidak berkorelasi secara signifikan dinyatakan gugur. Dalam kaitannya dengan besarnya angka korelasi ini, Azwar (2000:153) menyebutkan bahwa koefisien validitas yang tidak begitu tinggi, yaitu berada di sekitar 0,50 sudah dapat diterima dan dianggap memuaskan. Namun apabila koefisien validitas ini kurang dari 0,30 maka dianggap tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa item dari suatu variabel dikatakan valid jika mempunyai koefisien 0,30 (Saifuddin Azwar, 2000:153).

Sedangkan menurut Kaplan (www.wikipedia.org) suatu pertanyaan atau pernyataan dikatakan valid dan dapat mengukur variabel penelitian yang dimaksud jika nilai koefisien validitasnya lebih dari atau sama dengan 0,3.

“ *Not all validity coefficient are the same value, and there are no hard fast rule about how large the coefficient must be in order to be meaningful. In practice, it is rare to see a validity coefficient larger than 0.6, and validity coefficient in the range of 0.3 to 0.4 are commonly considered high.*” (Robert M. Kaplan & Dennis P. Saccuzzo, *Psychological Testing principles, application, and issues*; Brooks/Cole Publishing Company, Pacific Grove, California (1993 p: 141). (www.wikipedia.org).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tepat tidaknya angket yang tersebar. Sugiyono (2004 : 109) mengatakan bahwa “Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti”.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Adapun langkah-langkah peneliti dalam melakukan uji validitas instrumen angket adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan nomor pada angket yang masuk
- b. Memberikan skor pada setiap bulir sesuai dengan bobot yang telah ditentukan.
- c. Menjumlahkan skor setiap responden
- d. Mengurutkan jumlah skor responden
- e. Mencari koefisien korelasi skor tiap bulir item dengan skor total

Penelitian ini menggunakan data ordinal, maka rumus yang digunakan untuk mengukur kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Pearson product moment* sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: Arikunto, 2002:72

Keterangan :

r_{XY} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y $\sum Y$ = Jumlah skor Y

N = Jumlah Responden $(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlah skor X

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali skor X dan Y $(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlah skor Y

$\sum X$ = Jumlah skor X

Keputusan pengujian uji validitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

$t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dinyatakan valid

$t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid

3.10.2 Uji Validitas Variabel fungsi *Personal Selling*

Uji validitas yang penulis gunakan yaitu untuk variabel x (fungsi *Personal Selling*) terdiri dari prospecting, communicating, selling, servicing, dan information gathering. lima indikator tersebut kemudian diuraikan menjadi sembilan butir pernyataan angket.

Berikut rekapitulasi hasil perhitungan uji validitas variabel X (fungsi *Personal Selling*) dengan menggunakan *Microsoft Excel*.

Tabel 3. 5

Uji Validitas Variabel fungsi *Personal Selling*

No. Bulir	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.451	0.361	Valid
2	0.439	0.361	Valid

3	0.008	0.361	Invalid
4	0.366	0.361	Valid
5	0.361	0.361	Valid
6	0.370	0.361	Valid
7	0.401	0.361	Valid
8	0.293	0.361	Invalid
9	0.196	0.361	Invalid

Sumber : Hasil pengolahan data

Keterangan : Invalid dihilangkan

Berdasarkan tabel 3.5, diperoleh bahwa dari 9 item butir angket untuk Fungsi *Personal Selling* 6 butir pertanyaan yang dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Sementara 3 item dinyatakan *Invalid* atau tidak valid, sehingga tidak dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu item yang tidak valid ini akan dihilangkan.

3.10.3 Uji Validitas Variabel *Personal Selling*

Setelah melakukan uji validitas terhadap variabel x (Fungsi *Personal Selling*), maka penulis juga melakukan uji validitas pada variabel y yakni, *Personal Selling* dengan indikator Skill/Kemampuan, indikator tersebut kemudian diuraikan menjadi 5 butir pernyataan angket.

Berikut rekapitulasi hasil perhitungan uji validitas variabel y (*Personal Selling*) dengan menggunakan *Microsoft Excel*.

Tabel 3. 6

Uji Validitas Variabel *Personal Selling*

No. Bulir	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.310	0.361	Invalid
2	0.251	0.361	Invalid

3	0.402	0.361	Valid
4	0.613	0.361	Valid
5	0.609	0.361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data

Keterangan : Invalid dihilangkan

Berdasarkan tabel 3.6, diperoleh bahwa dari 5 *item* butir angket untuk *Personal Selling* terdapat 3 butir dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Sementara 2 *item* dinyatakan *Invalid* atau tidak valid, sehingga tidak dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu *item* yang tidak valid ini akan dihilangkan.

3.10.4 Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Hasil penelitian yang reliabel merupakan hasil penelitian yang terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2007 : 110), “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari suatu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pertanyaan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut

Pengujian reliabilitas instrumen yang peneliti lakukan adalah dengan menggunakan *internal consistency* dengan tehnik (*alpha*) (Sugiyono, 2007:190) dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* dimana *rb* adalah korelasi skor ganjil dan genap.

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Adapun langkah-langkah peneliti dalam melakukan uji reliabilitas instrumen angket adalah sebagai berikut:

- a. Butir-butir instrumen yang valid di belah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan kelompok instrumen genap.
- b. Skor data tiap kelompok itu disusun sendiri.
- c. Selanjutnya skor total kelompok ganjil dikorelasikan dengan skor total kelompok genap menggunakan *Microsoft Excel*.
- d. Setelah dihitung didapat koefisien korelasinya kemudian dimasukkan ke dalam rumus *Spearman Brown*.

Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jadi uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

Hasil perhitungan dari variabel fungsi *Personal Selling* diperoleh koefisien alpha = 0,886 sementara nilai tabel r pada $\alpha = 0,05$ dan db = $n-2 = 0,361$ dengan demikian nilai hitung r lebih besar dari nilai tabel r. sehingga instrumen variabel x (fungsi *Personal Selling*) dinyatakan reliabel.

Hasil perhitungan dari variabel *Personal Selling* diperoleh koefisien alpha = 0.508, sementara nilai tabel r pada $\alpha = 0,05$ dan db = $n-2 = 0,361$ dengan demikian nilai hitung r lebih besar dari nilai tabel r. sehingga instrumen variabel y (*Personal Selling*) dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 7

Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas variabel x dan y

No.	Variabel	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Fungsi <i>Personal Selling</i>	0,361	0,886	Reliabel

2	<i>Personal Selling</i>	0,361	0,508	Reliabel
---	-------------------------	-------	-------	----------

Sumber : Hasil Pengolahan Data

3.11 Prosedur, Teknik Pengolahan serta Analisis Data

3.11.1 Teknik Pengolahan Data

- Pengelompokkan data
- Pengkodean data
- Tabulasi data
Tabulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :
- Memberi skor pada setiap item
- Menjumlahkan skor pada setiap item
- Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian

3.11.2 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dilakukan kategorisasi terhadap skor jawaban yang didapatkan melalui angket. Kategori skor jawaban responden berguna untuk memberikan gambaran profil konsumen dan tanggapan konsumen terhadap *Personal Selling*. Untuk data ordinal atau data interval/ratio yang memiliki distribusi asimetris, Nilai minimum distribusi adalah 0% dan nilai maksimum distribusi adalah 100%.

Hasil jawaban angket disortir sesuai dengan pilihan jawabanya menggunakan *Microsoft Excel* dengan formula (=count), setelah didapat hasilnya, hasil pengelompokkan tersebut di persentasekan dengan formula $(100 * \text{hasil count} / 30)$, 100 adalah persentase dan 30 adalah total sampel yang digunakan dalam penelitian, selanjutnya hasil persentase tersebut dimasukkan ke dalam diagram, untuk karakteristik konsumen menggunakan diagram *Pie*, sedangkan untuk hasil penghitungan tanggapan konsumen terhadap *Personal Selling* menggunakan diagram *Column*.